

Слід зазначити, що підприємству необов'язково формувати партнерські відносини за всіма напрямками. Доцільність та можливості формування партнерських відносин підприємством визначаються, перш за все, шляхом оцінки власних можливостей та ресурсів.

Таким чином, досягнення цілей формування партнерських відносин можливо лише за умови вдалого визначення його впливових учасників – підприємств-потенційних партнерів, здатних сприяти адаптації промислових підприємств до умов сучасного конкурентного середовища та забезпечити в межах партнерства створення нових конкурентних переваг.

Подальші дослідження доцільно проводити в напрямку визначення головних показників та критеріїв вибору партнерів для формування ефективних партнерських відносин.

Список літератури. 1. Чухрай Н.І. Оцінювання і розвиток відносин між бізнес-партнерами: монографія/ Н.І. Чухрай, Я.Ю. Криворучко.– Львів.: Растр-7, 2008. – 360 с. 2. Гребешкова О.М. Проектний підхід до формування стратегічних партнерств підприємств /О.М. Гребешкова, Г.В. Махова // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2008. – С. 108-112. 3. Корчунов Д. Организация процессов по работе с клиентами // Отдел маркетинга. – 2005. – №3. – С. 24–26. 4. Мотина М. П. Выставочная деятельность и способы формирования коммуникативной сети промышленного предприятия // Автореф. дисс... д-ра экон. наук. – Орел, 2006. – 20 с. 5. Карделл С. Стратегическое сотрудничество: Креативный бизнес-курс / Стивен Карделл. – Пер. с англ. К. Ткаченко. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2005. – 256 с. 6. Махова Г.В. Вибір способу взаємодії підприємств в межах стратегічних альянсів / Г.В. Махова // Економічний простір: Збірник наукових праць. – №28/2. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2009. – 288с. – С.159-166. 7. Гамидуллаєв Р. Б. Маркетинговые возможности и преимущества построения отношений между партнёрами / Р. Б. Гамидуллаєв // Организатор производства № 1(3). Региональный выпуск, МАОП. – Пенза, 2002. – С. 47–48.

Поступила в редколлегию 29.05.2011

УДК: 174:658:38:377:36

Г.П. РЕКУН, канд. екон. наук, ХНУ ім. В.Н. Каразіна, Харків,

Ю.В. ТКАЧЕНКО, канд. екон. наук, доцент, Державний інститут підготовки кадрів Мінпромполітики України, Харків.

ЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОЇ МОДЕЛІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА

У статті розкриті основні поняття етики бізнесу, обґрунтовано значимість дотримання норм на правил етики у бізнесу, досліджено основні принципи етики бізнесу на міжнародному рівні, а також взаємовідносин організації з покупцями, інвесторами та персоналом.

В статье раскрыты основные понятия этики бизнеса, обоснована значимость соблюдения норм и правил этики в бизнесе, исследованы основные принципы этики бизнеса на международном уровне, а также взаимоотношения организации с покупателями, инвесторами и персоналом.

In the article reveals the basic concepts of business ethics, the importance of the observance of the rules of business ethics, the main principles of business ethics at the international level, as well as the relationships of the organization with customers, investors and staff

Постановка проблеми. Докорінна перебудова всієї системи соціально-економічних відносин, що відбувається в сучасному світі, актуалізує проблему запровадження ефективних в економічному та моральному відношенні форм господарювання. Як свідчить сучасний соціоекономічний досвід (США, Японія, Німеччина, Ізраїль, Канада), така ефективність забезпечується тим, що власне економічні важелі виробництва істотно доповнюються чинниками етичного характеру.

Аналіз публікацій. М. Г. Тофтул визначає етику бізнесу як складову етики ділових відносин, яка досліджує особливості функціонування і розвитку моралі у сфері підприємницької, комерційної діяльності і формулює для цієї сфери відповідні рекомендації [1].

Герчикова І. Н. розглядає етику бізнесу у міжнародній комерційній практиці як сукупність норм і правил, розроблених і прийнятих на багатосторонній основі, які визначають відносини між господарськими суб'єктами різних країн, що виступають контрагентами в міжнародних угодах [2].

Джим Коллінз у книзі "Від хорошого до великого", яка за рейтингом увійшла до кращих бізнес-книжок, написаних за останніх двадцять років, писав: "поєднуючи культуру дисципліни з етикою підприємництва, ви отримуєте магію видатних результатів" [3].

Актуальні методологічні та технологічні проблеми корпоративної культури та сутність поняття антикультури, вплив загальної культури на комерційний успіх підприємства розкриває О.М. Виходець [4].

"Зведення прибутку в ранг етичного принципу – це найбільша помилка людства, – пише Дж. Сорос, – а підміняти меркантильними цінностями всі інші – означає штовхати людство в напрямі небезпечного дисбалансу і подавляти всі людські сподівання" [5].

В.Ф. Баранівський, Т.Г. Скворцова визначають етичні засади сучасного бізнесу як складного багатопланового процесу розвитку контактів між суб'єктами фінансово-економічних відносин [6].

Метою статті є обґрунтування основного призначення етики бізнесу в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. Однією з причин, чому інвестиції в Україну надаються іноземними інвесторами не дуже охоче, є недовіра до наших підприємців, які не завжди дотримуються слова, підписаних контрактів, порушують етичні принципи ведення бізнесу, етику ділових стосунків.

Економічна діяльність, бізнес, менеджмент можуть успішно здійснюватися тільки за наявності загальноприйнятих етичних норм. Повинні існувати певні правила, норми, які вказують яка поведінка є допустимою, а яка ні. Адже, якщо діловий партнер не “тримає слово”, зриваються переговори, поставляються неякісні товари, відбувається обман, нечесна конкуренція, неповага, грубість до партнерів, клієнтів, покупця – це все буде гальмувати економічні успіхи, бізнес.

У другій половині XX ст. в світі зростало занепокоєння неконтрольованим зростанням економіки і небезпекою, яка стала результатом цього зростання. Постала необхідність в розробці і впровадженні принципів бізнес-етики. Використання принципів на норм етики бізнесу впливає на:

- регулювання відносин між економічними суб'єктами ринку на підставі виконання договірних зобов'язань та дотримання права (виконання сторонами контрактних зобов'язань, покриття збитків партнеру в разі заподіяння шкоди, запобігання порушенням ділової практики та вільної конкуренції, додержання правил та норм, що стосуються реклами, використання товарних знаків та ін.);

- виконання норм та правил державного регулювання, в основі яких заходи контролю з боку держави за додержанням законодавства, стандартів, постанов та розпоряджень з конкретних питань підприємницької діяльності;

- регулювання відносин бізнесу із споживачами, направлене на сумлінне ставлення до споживача (чесність та достовірність характеру реклами, задоволення вимог споживачів щодо кількості, якості, асортименту, новизни, технічних характеристик товарів, дотримання стандартів та вимог щодо сертифікації продукції та ін.);

- відносини бізнесу із суспільством, які передбачають рішення та дії підприємців, спрямовані на підвищення рівня життя як працівників організації, так і суспільства загалом;

- культуру ділового партнерства, що базується на довірі, добропорядності, чесності, вмінні тримати своє слово, виключенні обману, безвідповідальності, зловживань довірою партнера, а також забезпеченні етичного ставлення підприємця до своїх працівників.

Практично всі напрямки бізнес етики мають правила, відповідають нормам поведінки в широкому сенсі. Крім того, всі без винятку напрямки етики бізнесу базуються на основних нормах етики: повага почуття власної гідності і особистого статусу іншої людини, розуміння інтересів і мотивів поведінки оточуючих, соціальна відповідальність за їх психологічну захищеність і т.д

Розвиток українського бізнесу, інтеграція України у світову економічну систему ставлять перед українськими компаніями нові питання, одне з яких пов'язане із соціальною відповідальністю бізнесу. В цій сфері українським підприємствам потрібно звернути увагу на такі аспекти бізнес-етики, як: добросовісна сплата податків, виконання вимог міжнародного, державного, регіонального законодавств; виробництво та реалізація якісної продукції; реалізація програм підвищення фаховості співробітників; реалізація програм з охорони та зміцнення здоров'я співробітників; реалізація корпоративних програм морального стимулювання персоналу; реалізація благодійних і спонсорських проектів; участь у формуванні позитивної суспільної думки про бізнес.

Міжнародний Інститут Ділової Етики (International Business Ethics Institute) сформулював чотири сфери, у яких повинні діяти компанії, щоб установити свою репутацію [2]. По-перше, це чесна робота з інвесторами й споживачами. По-друге, поліпшення ситуації всередині колективу – підвищення відповідальності й умотивованості співробітників, зниження плинності кадрів, підвищення продуктивності тощо. По-третє, професійна робота над репутацією, оскільки погіршення репутації неминуче позначиться на результатах роботи компанії. По-четверте, грамотна робота з нормативними актами й фінансами – тільки суворе дотримання «духу» і «букви» закону уможливило створення довгострокового майбутнього для фірми.

Принципи етики бізнесу - це узагальнений вираз моральних вимог, вироблених в моральній свідомості суспільства, які вказують на норми поведінки учасників ділових відносин. Основні принципи етики бізнесу на міжнародному рівні, а також взаємовідносин організації з покупцями, інвесторами та персоналом наведені на рис. 1.

Принципи етики бізнесу забезпечують характер взаємовідносин між макросуб'єктами соціальної та економічної структури суспільства – організаціями, державою, суспільством. Макрорівневий підхід особливо важливий в умовах кризового буття, коли відбувається трансформація головних економічних інститутів. Недотримання етичних принципів на макрорівні призводить до постійної втрати зусиль щодо вирішення етичних проблем на рівні трудових колективів.

Як складова менеджменту організації етика бізнесу визначає систему моральних цінностей, критеріїв та параметрів відносин між керівником і співробітниками, відносин в організації загалом.

Ефективність бізнесу, ефективність діяльності організації в значній мірі залежать від моральних якостей керівника, які виявляються у його діловій поведінці, взаємодії та спілкуванні (відповідальність за доручену справу, корпоративна солідарність, самовдосконалення, повага до людей та ін.).

Американська асоціація вищих керівників 250 корпорацій опублікувала звіт про етичну політику і практику своїх членів. У звіті зроблено висновок про те, що менеджери, особливо вищої ланки, повинні підтримувати норми етичної поведінки, виступати ініціаторами формування етичних цінностей у компаній.

Значимість етики у бізнесі також полягає у тому, що вона виконує функції не тільки моральної оцінки, але, що важливо, є засобом прийняття рішень, що дає можливість правильно вирішувати бізнесові та управлінські питання, розв'язувати суперечливі та конфліктні проблеми морального характеру.

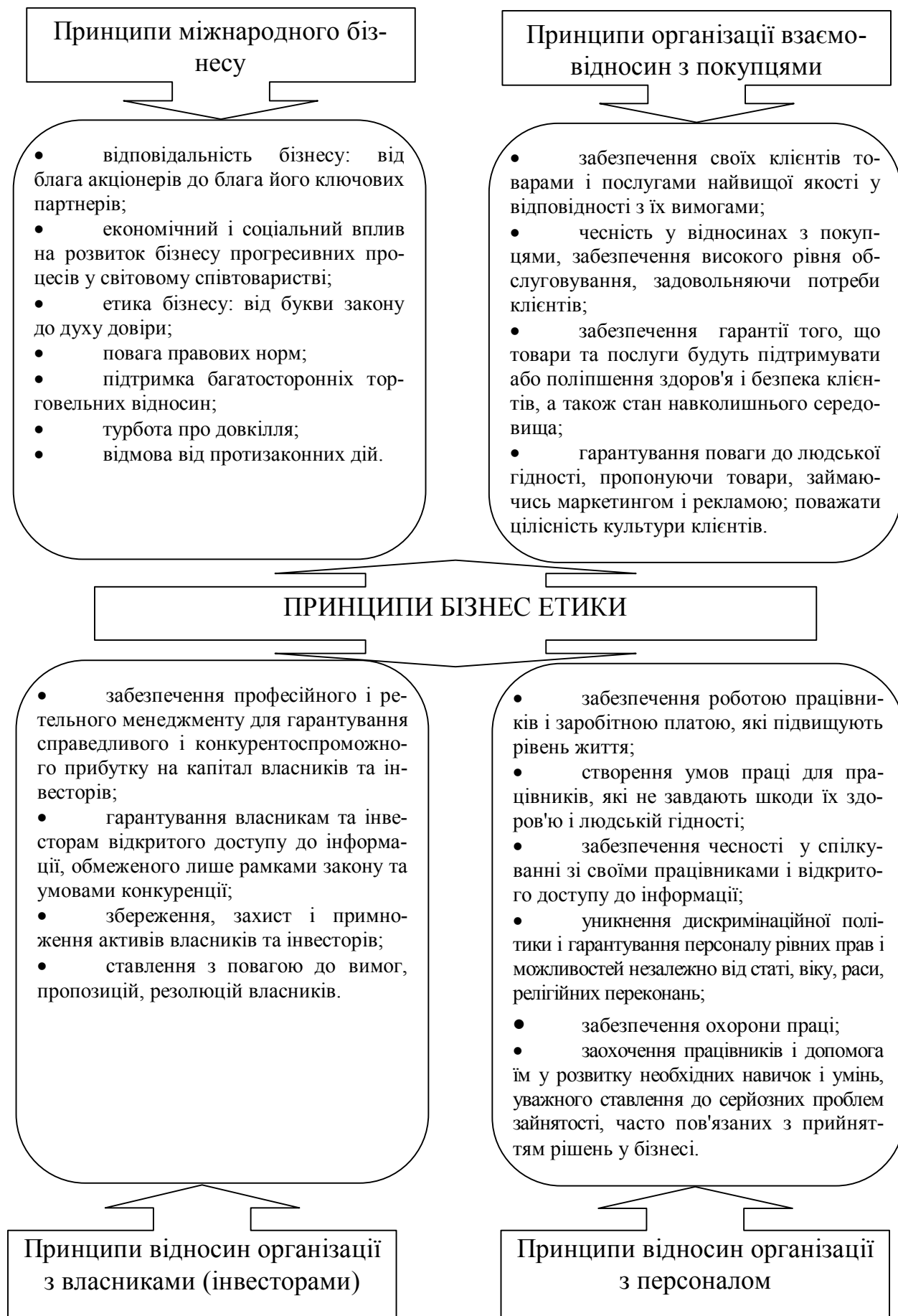


Рис. 1. – Основні принципи бізнес етики

Висновки. Таким чином, ступінь дотримання партнерами етичних стандартів відіграє вагомую роль у бізнесі. Без чесності і порядності в системі відносин між фірмами, банками та окремими фізичними особами ефективна і тривала підприємницька діяльність неможлива. Без дотримання ділового протоколу та етичних норм бізнес, який в багатьох випадках ґрунтується на основі неформальних угод, неформальних контактів, довіри партнерів один до одного, виявляється неефективним. Тому у своїй діяльності підприємець має обов'язково керуватися усталеними нормами поведінки. Перспективою подальших досліджень є вивчення зарубіжного досвіду етики ділового спілкування.

Список літератури: 1. Тофтул М.Г. Етика / М. Г. Тофтул. -Київ: Видавничий центр «Академія». - 2005. 2. Герчикова І. Н. Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики: Учебн. пособие / И. Н. Герчикова. – М.: Консалтбанк, 2002. – 576 с. 3. Коллинз Дж. От хорошего к великому. Почему одни компании совершают прорыв, а другие нет.: Пер. с англ./ Дж. Коллинз - М., 2001. 4. Виходець О.М. Антикультура в менеджменті та етика її подолання: монографія / О.М. Виходець. – О.: Олтех, 2009. – 74 с. 5. Сорос Д. Кризис мирового капитализма [електронний ресурс]. – Режим доступу – <http://capitalizm.narod.ru>. 6. Баранівський В.Ф. Етика бізнесу: навч. посіб. / В.Ф. Баранівський, Т.Г. Скворцова. – К.: Лицар, 2009. – 182 с.

Надійшла до редколегії 17.06.11

УДК 332.1

В.Б. РОДЧЕНКО, канд. екон. наук, доцент, ХНУ ім. В.Н. Каразіна, Харків

МЕТОДИКА ТА ПОБУДОВА РЕЙТИНГОВОЇ ОЦІНКИ ЕКОНОМІКО-ВИРОБНИЧОГО ТА СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНОГО РОЗВИТКУ МІСТ УКРАЇНИ

У статті обґрунтовано систему показників економіко-виробничого та соціально-демографічного розвитку міст України. Викладено методичний підхід та побудовано рейтингову оцінку міст обласного та республіканського значення.

В статье обоснована система показателей экономико-производственного и социально-демографического развития городов Украины. Изложен методический подход и построена рейтинговая оценка городов областного и республиканского значения.

The article proves the system of indicators of the economic-industrial and socio-demographic development of the towns of Ukraine. Sets forth the methodical approach and built a rating of towns of regional and republican value.

Актуальність проблематики порівняльної оцінки соціально-економічного розвитку економічних систем підтверджується широким дослідженням цієї проблематики в різних аспектах управління економікою. Дослідження розвитку характеризується складністю та необхідністю врахування багатьох складових. В останні роки особливого поширення набули різноманітні порівняльні рейтингові оцінки рівня розвитку держав та регіонів. Проте, на сьо-